**Реферат**

**по дисциплине**

**«Русский язык и культура речи»**

**Тема:**

**РЕЧЕВОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

**Выполнил:**

**Проверил:**

**Содержание.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Введение…………………………………………………………………...** | **3** |
| **1. Структура речевой коммуникации…………………………………** | **4** |
| **2. Характеристика коммуникативных качеств……………………..** | **6** |
| **3. Речь в межличностном общении…………………………………….** | **8** |
| **4. Речь в социальном взаимодействии………………………………...** | **12** |
| **Литература………………………………………………………………...** | **15** |

**Введение**

Индивидуальный характер речи делает ее неповторимой. В речевых отклонениях заложены истоки и языковых изменений, так как язык и речь тесно взаимосвязаны. Поэтому говорят, что язык творит речь и сам творится в речи.

Основная функция речи – ***коммуникативная****,* т.е. человеческая речь возникает в ответ на необходимость вступить в общение с кем-либо или сообщить что-либо, через речь происходит контакт говорящего и слушающего.

Интерес к коммуникационному аспекту речи – это интерес к речи как форме поведения человека, в которой обнаруживаются проявления его характера, его отношения с другими людьми, его жизненные позиции. В этом смысле можно говорить о речевых поступках, понимаемых как действие в речевой сфере: словом можно обидеть, приласкать, ввести в заблуждение; можно вести словесный бой, играть словами и проч. Особенности речевой коммуникации могут определять тип людей – молчун, болтун, брюзга.

**1. Структура речевой коммуникации**

Будучи актом коммуникации, речь всегда обращена к кому-либо.

Проведем анализ речевого поведения с помощью известной схемы коммуникативного акта, предложенной одним из создателей кибернетики К.Шенноном и модифицированной лингвистом Р.Якобсоном.

 К о н т е к с т

 *Код*  *Ко*

Адресант

(отправитель)

Сообщение

(референция)

Адресат

(получатель)

Согласно этой модели основными компонентами речи являются: отправитель, получатель, сообщение, код, канал связи, контекст.

***Сообщение*** понимается как процесс и результат порождения речи, т.е. текст. Референция – это содержание сообщения. В осуществлении референции, т.е. в сообщении определенной информации состоит коммуникативная функция языка.

***Код*** в речевой коммуникации – это тот язык или его разновидность (диалект, сленг, стиль), который используют участники коммуникативного акта.

***Контекст***(или ситуация) – это обстоятельства, в которых происходит конкретное событие. Речь приобретает определенный смысл и может быть понята только в структуре неречевого контекста. В качестве примера рассмотрим фразу: «Он вошел, держа в руке сумку». Если эта фраза произносится в контексте детективной истории, то она может означать, например, «приготовиться» - в случае, если этот человек – подозреваемый. В контексте праздничного застолья эта фраза может означать, что человек, которого давно ждали к столу, наконец-то пришел. В ситуации бытовой мелодрамы сумка может указывать на сцену размолвки или часа расставания (отъезд). Таким образом, прагматическое значение высказывания всегда будет меняться.

Важнейшим структурным компонентом любой коммуникативной ситуации является ***обратная связь***. Отсутствие реакции на высказывание говорящего приводит к разрушению коммуникации: не получая ответа на заданный вопрос, человек чувствует себя задетым и обычно либо добивается ответа, либо прекращает разговор. Реакция со стороны слушающего в виде ярко выраженного интереса к говорящему составляет общий фон, на котором только и может развертываться разговор.

При всех достоинствах рассмотренной модели в ней отсутствуют психологические и социально-ролевые характеристики речевой коммуникации.

К ***психологическим компонентам*** следует в первую очередь отнести намерение и цель высказывания (что, зачем и почему хочет сказать говорящий). Коммуникативное намерение (коммуникативная интенция) – желание вступить в общение с другим лицом. Так, намерение *предложить* выпить кофе отличается от намерения выпить кофе наличием коммуникативной интенции. Часто высказывание напрямую определяет цель общения:

*Закройте, пожалуйста, окно* – побуждение к действию.

*Не грусти, все будет хорошо* – изменение эмоционального состояния партнера.

К ***социально-ролевым компонентам*** акта речевой коммуникации следует отнести статусные и ситуативные роли участников общения, а также используемые ими речевые приемы.

Понятие ***социальная роль*** указывает на поведение, предписанное человеку его социальным (возрастным, половым, должностным и др.) статусом. В начале разговора от коммуникантов требуется понимание собственной социальной роли и роли партнера. Это необходимо для ориентировки в ситуации и для выбора соответствующей манеры речевого поведения.

По ходу общения могут быть определены *ситуативные роли* говорящих, которые существенно влияют на характер общения. Среди них можно выделить следующие:

– лидер, стремящийся повести за собой, убедить в своей правоте;

– хозяин, следящий за общим ходом беседы, уравновешивающий интересы различных людей, неформально заботящийся об окружающих;

– «капризный ребенок», способный нарушить любые запреты, высказать независимые суждения;

– «гибкий человек», готовый приспособиться к различным ситуациям, способный на компромисс и др.

***Стилевые характеристики*** проявляются в особенностях речевого стиля коммуникантов, в используемой ими коммуникативной стратегии и тактике. Человек, обладающий высоким уровнем языковой компетенции – тот, кто стремится сохранить свой стилевой облик в разных коммуникативных сферах, но при этом умеет выполнять различные речевые роли.

Прежде чем передать сообщение отправитель должен позаботиться о наличии или формировании общего социального опыта. Общность коммуникантов может быть самого разного свойства: общность языка, на котором они говорят; общность социального жаргона или профессионального языка, при помощи которого лучше достигается взаимопонимание.

***Структура разговора*** формируется за счет попеременного включения в него участников. При этом возникают новые показатели меры взаимодействия партнеров:

* обсуждение и интерес к общей теме или каждый говорит о своем;
* частота использования другими партнерами предложений и суждений, высказанных кем-либо из участников.

Эти показатели могут характеризовать как авторитетность человека, чьи суждения привлекают наибольшее внимание, так и готовность (или неготовность) партнеров принять и признать чужое мнение.

Отношение говорящегок реакции партнеров также является примечательной характеристикой и может иметь интеллектуальное и эмоциональное проявление. Интеллектуальная оценка обнаруживается как согласие с мнением партнера, его учет или напротив – несогласие, противостояние. Эмоциональное отношение к вызванной реакции проявляется либо как удовлетворение, радость, либо как неудовлетворенность, раздражение, нетерпение; в других случаях говорят об эмоциональной глухоте.

Определенное значение среди коммуникативных приемов имеет установление величины дистанции между говорящими. Некоторые люди стремятся как можно более подробно проникнуть в обстоятельства и переживания партнера, другие, напротив, отстраняются от собеседника. Устанавливая ту или иную дистанцию, человек по-разному открывает и себя: он может проявлять глубокий интерес к личности партнера, сам при этом не допуская в свой личный мир, либо глубоко раскрывать себя, оставаясь невнимательным к состоянию другого.

**2. Характеристика коммуникативных качеств**

Коммуникативный процесс эффективен, когда в речи заложены определенные коммуникативные качества, такие как: правильность, точность, чистота, логичность, богатство и разнообразие средств, выразительность, уместность и др. Они обеспечивают целесообразность функционирования языка в коммуникативном процессе. Целесообразность – это способность речевой культуры высказывания обеспечить достижение коммуникативных целей.

***Правильность*** – соответствие речи актуальным литературным нормам. Правильность как структурное качество речи обеспечивает его функциональные качества: без правильности не может быть логичности, функциональности, точности.

***Точность*** – это адекватность содержания речи планируемой информации. Причиной неточности речи является неправильное соотнесение языковой единицы с обозначаемым ею предметом или понятием, а также нарушение норм лексической сочетаемости слов, находящихся в системных отношениях. Нельзя, например, сказать «она *отрицательно* вздохнула», т.к. определение «отрицательно» не сочетается с глаголом «вздохнула».

Использование многозначных слов также может привести к неточности, двусмысленности («Мы наметили посетить городской музейи *вынести из него все самое ценное, самое интересное*»). Еще одна причина неточности речи – трансформация фразеологизмов (например, «путь из *афин* в греки» вместо «путь из варяг в греки»).

***Чистота*** – коммуникативное качество, связанное с нормами употребления языковых средств, ограниченных в каком-либо отношении: стилистически; территориально; в силу исторического бытования (историзмы, архаизмы, неологизмы); социально-ограниченные (профессионализмы, просторечия, жаргоны). В теории культуры речи выдвигается ряд требований:

* лексико-семантическая правильность, т.е. соответствие значения ограниченного слова обозначаемому предмету, соответствие норм лексической и семантической сочетаемости;
* четкое определение слов, если они непонятны широкому кругу людей;
* умеренность и целесообразность использования.

Чистоту речи можно рассматривать и как ситуативное качество, т.е. в каждой ситуации, в каждом определенном стиле имеются свои средства, которыми мы пользуемся для достижения чистоты речи (например, для разговорной речи актуален вопрос о распространении грубой, бранной лексики).

***Богатство и разнообразие языковых******средств*** – качество, имею-щее различную степень проявления в разных стилях. Например, в официально-деловом стиле языковое разнообразие сводится к минимуму, а для художественной литературы, беллетристики – это необходимое, важнейшее качество.

Разнообразие средств предполагает оптимальное использование возможностей синонимии и вариантности языка, например: женьшень – корень жизни – лесной самородок.

Выразительность речи предполагает наличие в тексте специальных выразительных средств, таких как *тропы, фигуры, стилистически окрашенная лексика* (более подробно они описаны в р.3.3). В широком смысле выразительность – это способность текста поддержать внимание и интерес адресата к содержанию и форме данного текста. Выразительным может быть любой текст: научный, деловой и др.

***Уместность*** – это регулятор степени проявления всех остальных коммуникативных качеств. Качество уместности исследователи рассматривают в разных аспектах:

1) ситуативная уместность – уместность по отношению к предмету речи, к цели высказывания (информация, общение или воздействие), к конкретным целям и намерениям говорящего (склонить к своему мнению, что-либо доказать, выразить солидарность и т.д.);

2) личностно-психологическая уместность – учет подготовленности адресата к восприятию информации. Здесь важную роль могут играть различные характеристики, в том числе такие как пол (большинство женщин более эмоциональны по сравнению с мужчинами) и возраст (к примеру, если вы расскажите ребенку, что храните деньги *в банке*, − он, скорее всего, представит себе банку-емкость, а не банк-учреждение).

Исследователи русского языка (Д.Э.Розенталь, В.Г.Костомаров, Л.М.Майданова) рассматривают также другие коммуникативные качества речи: краткость (лаконичность), благозвучие, ясность (понятность), популярность, доступность (простота) и другие.

**3. Речь в межличностном общении**

При изучении речевого взаимодействия принято выделять два вида общения:

1. межличностное общение;
2. социально ориентированное общение.

Речь в ***межличностном взаимодействии*** – эторазговорнаяречь***.*** Для нее характерны неподготовленность и непринужденность. Говорящий вынужден мыслить и говорить одновременно, времени на обдумывание фразы почти нет. С этим связаны такие особенности речи, как меньшая лексическая точность, свобода словоупотребления, наличие речевых ошибок и заполнителей пауз. Непосредственное участие говорящих в речевом акте усиливает эмоциональную окраску речи, в ней проявляются личностные особенности собеседников, их отношение друг к другу и к предмету разговора.

***Фатическая и информационная речь***

Коммуникативная роль говорящих и слушающих, манера их речевого поведения зависят от того, что выходит на первый план в сообщении – информация или контакт. Функционально можно выделить два вида речевого поведения: фатическое речевое поведение (общение) и информационное речевое поведение (сообщение). С точки зрения коммуникативных ролей участников речевого акта, каждый из этих видов организуются по-разному.

Цель ***фатического речевого поведения*** – высказаться и встретить понимание. Обычно это обмен репликами, содержание которых ассоциативно связано друг с другом. Правила, которыми пользуются при этом собеседники, определяются ими интуитивно. Имея равные права в разговоре, собеседники не стремятся прийти к единой точке зрения, решить какую-то проблему. Поэтому они не особенно соизмеряют сказанное, сравнительно мало перебивают друг друга. Говорящий зачастую предпочитает сконструировать новое слово, чем отыскивать нужное обозначение в памяти. Словотворчество и речевой автоматизм облегчают процесс построения речи и потому активно используются.

***Информационное речевое поведение*** может проявляться различными способами. Обратим внимание на три их них.

1. Совместное решение задачи: речевые высказывания направлены на достижение общей точки зрения. Этот способ общения предполагает наличие общей цели, что заметно ограничивает тематику. Набор адекватных для данного способа правил ведения разговора также ограничен: каждое высказывание тщательно взвешивается, каждое слово достаточно строго подбирается и оценивается. Допускаются повторы и уточнения; решение вырабатывается совместно при обоюдном согласии собеседников.

2. Задавание вопросов, при котором один из собеседников – задающий вопросы – заинтересован в получении определенной информации. Его право задавать вопросы может определяться социальной ролью (отец, экзаменатор) либо соглашением о цели спрашивания (тогда он получает разрешение задавать вопросы). Право отвечающего – уклониться от ответа, задать встречный вопрос, обсудить заданный вопрос. Тема общения не всегда четко определена. Допустимы повторы и уточнения, т.е. избыточность. Слова и реплики обычно взвешиваются более тщательно, чем при фатическом речевом поведении.

3. Уточнение понимания. Данный способ общения следует за другими способами и предполагает решение задачи о причинах непонимания. Оба партнера имеют право в любой момент выйти из данного способа общения, заявив, что все уже понятно, и перейти к другому способу.

Плодотворное взаимодействие возможно при согласованном принятии обоими собеседниками одного и того же способа общения. Если это не удается сразу, то выбирается приемлемый способ общения или разговор прерывается по инициативе любого из партнеров.

***Речь и самооценка***

Одна из важнейших особенностей речевого поведения в межличностном взаимодействии – способность влиять на самооценку говорящих и слушающих. Наши сообщения могут содержать три типа ре-акций.

1. Мы можем поддержать Я-концепции других людей и обращаться к ним так, как они того ожидают.

2. Мы можем не принять самоопределения других людей, отказавшись разделить их взгляды относительно их самих.

3. Мы можем не замечать самоопределений других (отказываем им в поддержке). Отказ в поддержке означает, что мы не считаем нужным давать другим знать – что мы чувствуем при общении с ними; обращаемся с ними одним и тем же способом независимо от их слов или поведения. Тем самым мы игнорируем их. При этом отказ в поддержке может быть непреднамеренным, просто человек не осознает важность поддержки для личностной самооценки.

Существуют классификации сообщений с преобладанием поддерживающего или неподдерживающего стиля. Так, среди речевых посланий, носящих характер *поддержки*, выделяют:

1) прямое признание, когда собеседник соглашается с тем, что вы сказали (это проявляется в заинтересованности в разговоре);

2) уточняющие реплики: собеседник просит вас пояснить что-либо, уточнить;

3) выражение положительных чувств – собеседник говорит Вам о том, что его вполне удовлетворяет ваше сообщение.

Среди сообщений, вызывающих чувство *отказа в поддержке*, выделяют:

1) уход от обсуждения. Собеседник реагирует на сообщение, но быстро переводит разговор в другом направлении (*«Хорошо провела отпуск?» – «Нормально. Как ты думаешь, погода к вечеру не изменится?»*). Другой вариант – когда даже не предпринимается попытка связать свой ответ с вашим сообщением (*«Если бы Вы знали, с какой очаровательной женщиной я познакомился в Ялте!» – «А давеча Вы были правы: осетрина-то с душком»* А.П.Чехов);

2) безличные предложения, подчеркнуто правильная, наукообразная речь, отказ от личного общения;

3) перебивание – вас прервали на полуфразе и не дают ее закончить;

4) высказывания, содержащие противоречия между словесным содержанием и тоном, с которым они произносятся («*Конечно, ты всегда прав*» – при произнесении ироническим тоном).

В повседневной жизни нередки ситуации, когда мы хотим или должны отказаться от общения, но даже в этом случае полезно помнить о важности поддерживающего стиля.

***Роль слушающего***

Слушающий способен влиять на речевое поведение говорящего, т.к. он находится рядом и его реакция очевидна. В определенных ситуациях между говорящим и слушающим может возникнуть конфликт. Например, говорящий использует привычный для него словарь, внелитературное или узкопрофессиональное словоупотребление, а слушающий не принимает этого, предпочитает оставаться в рамках литературного языка.

Готовность приспособиться к чужому речевому опыту в той же мере, как желание реализовать собственный, позволяет говорить о таком варианте речевого поведения, как поиск общего языка. Найти общий язык – означает для говорящего быть способным актуализировать навыки, равные (или сходные) с навыками слушающего. Ориентируя речь на собеседника, говорящий может прибегать к разнообразным средствам коммуникативной адресации, используя, например выражения: «Если так можно выразиться…», «Как говорится…» и т.п. С этой же целью может употребляться жаргон, диалектные слова и проч.

В современной социально-психологической литературе большое внимание уделяется анализу *стилей слушания*. При этом исходным является утверждение о том, что слушание – это активный процесс, требующий определенных навыков. Среди таких навыков выделяют приемы нерефлексивного, рефлексивного и эмпатического слушания.

***Нерефлексивное слушание*** состоит в умении внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями. Оно полезно тогда, когда собеседник, желая обсудить наболевшие вопросы, проявляет такие глубокие чувства, как гнев, горе, или просто говорит о том, что требует минимального ответа. По форме нерефлексивное слушание представляет собой использование кратких реплик типа «понимаю», «да» и т.п. или невербальных (без слов) приемов поддержки, например, утвердительный наклон головы.

***Рефлексивное******(или активное) слушание*** – это обратная связь с говорящим, используемая для проверки точности восприятия услышанного. В данном случае слушающий более активно использует словесную форму для подтверждения понимания. Основными видами рефлексивных ответов являются выяснение, перефразирование, отражение чувств, резюмирование.

Выяснениепредставляет собой обращение к говорящему за уточнениями: «*Не могли бы вы повторить еще раз?*», «*Мне не совсем ясно, что Вы имели в виду…*» и т.п.

Перефразирование состоит в передаче говорящему его же сообщения, но другими словами с целью проверки точности услышанного. Перефразирование может начинаться словами «*Если я правильно Вас понял…*», «*По Вашему мнению…*», «*Иначе говоря, Вы считаете…*». При этом важно выбирать только существенные моменты сообщения, его смысл и идеи.

Отражение чувств при рефлексивном слушании означает обращение внимание на эмоциональное состояние говорящего. При этом используются такие фразы, как «*Вероятно, Вы испытываете…*», «*Наверное, Вы чувствуете…*» и проч. Применяя этот прием, важно следить за невербальным поведением собеседника (выражением лица, позой, жестами); стараться представлять себя на его месте.

Используя приемы активного слушания, необходимо помнить, что в каждый конкретный момент ваша реакция на услышанное должна быть адекватной и естественной.

В результатерезюмирования (подытоживания) фрагменты разговора соединяются в смысловое единство. Типичными фразами при этом могут быть следующие: «*Как я понял, Вашим основными идеями являются…*», «*Если подытожить все сказанное…*» и т.п.

***Эмпатическое слушание*** – это понимание чувств, переживаемых другим человеком, и ответное выражение своего понимания этих чувств. Эмпатическое слушание отличается от рефлексивного не используемыми приемами (уточнение, перефразирование, резюмирование), а целями и намерениями. Цель рефлексивного слушания – осознать сообщение говорящего, принимая во внимание его чувства; цель эмпатического слушания – уловить эмоциональную окраску высказываний и их значение для другого человека. Эмпатическое слушание – это более интимный вид общения по сравнению с активным слушанием, оно исключает критическое восприятие.

**4. Речь в социальном взаимодействии**

В ***социально ориентированном******общении*** дистанция между партнерами увеличивается, вследствие чего контакт между участниками коммуникации осложняется. Это отражается в речи, которая демонстрирует несравненно большую отстраненность от субъекта речи и ее адресата, чем речь в межличностном взаимодействии.

Для речевого поведения в социальном взаимодействии основное значение имеет речевое оформление социально-ролевого статуса участников коммуникации, достаточно жесткий контроль за посылаемыми речевыми сообщениями, снижение личностного начала в речевом поведении.

Отличительная особенность речевой коммуникации в социальном взаимодействии связана с достаточно определенными ожиданиями со стороны получателей сообщения. Эти ожидания обусловлены ролевыми стереотипами, существующими в представлении адресатов, а именно: как должен говорить представитель той или иной социальной группы, какая речь вызывает или не вызывает доверие, владеет или не владеет выступающий темой и т.п. Поэтому для речи в социальном взаимодействии характерна своеобразная обезличенность, когда участники речевого общения говорят как бы не от себя, а «от имени группы», представителями которой в данной ситуации они себя ощущают.

Особое значение в социальном взаимодействии приобретают применяемые собеседниками ***речевые стратегии и тактики***.

Под стратегией речевого общения понимают процесс построения коммуникации, направленной на достижение долговременных результатов. Стратегия включает в себя планирование речевого взаимодействия в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникаторов, а также линию беседы. Целью стратегии может являться завоевание авторитета, воздействие на мировоззрение, призыв к поступку, сотрудничеству или воздержанию от какого-либо действия.

Тактика речевого общения понимается как совокупность приемов ведения беседы и линия поведения на определенном этапе разговора. Она включает приемы привлечения внимания, установления и поддержания контакта с партнером и воздействия на него.

Тактика может меняться в течение разговора в зависимости от условий общения, полученных сведений, чувств, эмоций. Чтобы управлять линией беседы, необходимо заранее продумывать общую картину и возможные варианты развития разговора, научиться распознавать ключевые точки, в которых возможна смена темы, уметь оценить стратегию и тактику собеседника, вырабатывать пути гибкого реагирования или оказания противодействия.

***Речь как средство утверждения социального статуса***

В социально ориентированном общении социальные роли его участников – это важнейший фактор речевого поведения. Вместе с тем существует следующая зависимость: не только ролевая ситуация задает характер речевого поведения, но и выбранные средства конструируют социальную ситуацию. Язык, безусловно, является одним из инструментов утверждения социального статуса участников общения.

Для адекватного понимания речевого сообщения участники коммуникации различными способами обозначают социальные отношения. Кроме прямых представлений, когда называются социальные роли собеседников, существуют косвенные – *социально-символические* *средства* демонстрации социального статуса и ролевых репертуаров общающихся.

К числу таких средств можно отнести *выбор формы обращения*, которая может выявлять социальную иерархию, а также выражать личное отношение к партнеру. Меняя формы обращения, можно подчеркнуть формальность или неформальность отношений. Сравним обращения: «дамы и господа», «товарищи», «друзья», «эй ты, голубчик», «милейший». Сходную функцию могут выполнять и выбранные формы приветствий или прощаний, например, «здравствуйте», «здорово, ребята», «приветствую вас», «пока», «всего хорошего» и т.д.

Приемом использования речи для повышения своего социального статуса могут быть различные обозначения для описания социальной роли или профессиональных функций. Так, часто самоуважение людей возрастает в зависимости от выбора названия их роли: «помощник директора» вместо «секретарь» или «работник санитарной службы» вместо «мусорщик».

К вербальным социально-символическим средствам также относится намеренная имитация того или иного произношения, закрепленного за определенной группой людей. Замечено, что мы приспосабливаем наш язык к языку партнера в том случае, если он нам нравится. С другой стороны, когда мы хотим отделаться от собеседника или группы, мы можем подчеркнуть различия в нашей речи. Например, канадцы, проживающие во Франции, отдают предпочтение тем политическим деятелям, которые произносят публичные речи на английском языке с сильным французским акцентом.

Выбор стиля произношения также относится к числу социально-символических средств. Выделяют высокий и низкий стили. *Высокий* стиль воспринимается как более официальный, дистанцированный, за счет подчеркнуто правильного употребления слов и построения предложений. *Низкий* стиль, включающий в себя разговорную речь (жаргонные слова, сленг), воспринимается как неформальный, дружеский.

Говорящий, используя определенные приемы, может способствовать формированию собственного образа в глазах других, например, казаться более уверенным, более контролирующим ситуацию. Сравним фразу «Я думаю, мы могли бы пообедать сегодня у меня» с фразой «Сегодня будем обедать у меня». Во втором случае явно слышится влиятельный тон. Таким образом, сама структура предложения как бы направляет действие.

Исследователи в области коммуникации выделяют несколько так называемых невлиятельных форм сообщений:

1. Уклончивые фразы, отражающие субъективность: «я предполагаю», «наверное» и т.п.

2. Нерешительность, лингвистическое заикание (использование междометий типа «э», «вы знаете», «ну» и т.п.).

3. Вежливые формы: «простите», «извините», «будьте любезны».

4. Использование вопросов-концовок: «Здесь очень жарко, правда?».

5. Интенсивные слова: «великолепно», «замечательно», «очень».

Смена стиля обращения, в частности использование формы обращений *ты* */ вы*, сама по себе может быть приемом, направленным на повышение или понижение статуса. Переход от «ты» к «вы» часто является стратегией отчуждения, которая может демонстрировать неодобрение, неприятие, враждебность. Обратное переключение, напротив, является стратегией принятия, означает расположение, стремление к меньшей формальности и большему дружелюбию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гойхман О.Я., Надеина Т.М. Основы речевой коммуникации. М., 1997.

2. Головин Б.Н. Основы культуры речи. М.: Высшая школа,1989.

3. Голуб И.Б. Стилистика русского языка. М.: «Айрис Пресс», 2001.